

北京会议市场回升 谋求转型升级

■ 本报记者 兰 馨

北京会奖旅游市场,在定制和养生旅游的产品中探索升级转型路径。

近日,在北京雁栖湖国际会展中心举行的北京高端旅游与会议产业联盟2015夏季推广活动上,北京市旅游发展委员会副主任王粤表示,首都独特的资源和特殊的地位赋予了北京承接国际会议的诸多可能性,发展会奖旅游业已经成为推动北京快速迈向国际交往中心的重要途径。

在此次活动期间,北京市旅游发展委员会(以下简称北京旅游委)发布了《2015年度北京会奖旅游市场调查》(以下简称《调查》)。

该《调查》包括2014北京会奖场所市场调查、2014北京社团年会市场调查,以及2015北京会奖买家市场调查三部分。

据介绍,该《调查》是在《2014年度北京酒店会议市场调查分析报告》的基础上经过调整后制作并完成的,以此希望通过连续性的调研和分析,能够更加全面系统地把握酒店会议市场发展变化的规律,为会议与奖励旅游业的科学决策提供数据支撑。

北京会议市场回升

在此次《调查》中,北京旅游委对北京会

奖场所市场调查数据进行详细发布。该数据包括两部分,第一部分为北京会奖场所2014接待的会议/活动情况,主要是了解北京会奖场所接待各类会议情况以及北京会议市场的情况和特点;第二部分是北京会奖场所情况调查,是本年度新增加的调研项目,旨在对北京会议与奖励旅游场所情况进行简单的摸底,主要是了解会奖场所的营销、客户的需求以及自身发展的特点。

《调查》显示,2014年北京会议酒店年接待会议总量比上年度增加了18%,说明北京会议市场正处于快速回升状态;从会议的平均规模来看,2014年比上年度增加了约15%,但100人以内的小型会议仍是主流,占比超过73%;2014年会奖活动的会期总平均值有所增长,会奖场地实际平均利用率为42.9%,较上年度有所提升,增长4.4%;因市场竞争加剧及新进入的会议场所资源,导致会议收入占会奖场所总收入的比例略有下降。

“会奖+定制”谋求升级转型

在“互联网+”背景下,北京会奖旅游业发生了深刻变化。近年来,北京市旅游委不断出台相关政策,实施系列举措,积极培育市场,产业发展取得了显著成绩。

“定制旅游是这两年发展起来的新兴业态。”王粤表示,随着旅游市场消费行为和产业链的不断调整,定制旅游是市场发展的必然产物,而北京拥有众多中医养生、体育赛事、节庆展览、博物馆等文化旅游资源,结合这些资源开发符合市场需求的定制旅游产品才能满足北京会议旅游客人的要求。

据王粤介绍,未来,北京将加快旅游产业与中医药产业的融合发展,按照“市场主导,政府有为,企业主体,社会参与”的原则,以丰富北京旅游产品、增加入境游客数量、延长游客停留时间、提升游客人均消费、培育中医旅游品牌为目标,不断加强中医养生文化旅游资源建设和市场推广规划,制定产品服务标准,不断提升产品软硬件环境,激发各类市场主体的活力,激活北京中医养生旅游市场,推动传统单纯观光型旅游业向参与式、体验式等定制旅游新兴业态转变。

力推中医养生旅游产品

北京旅游委以开发中医养生旅游产品为突破口,令中医养生文化旅游已发展成为一种新兴的旅游业态。

目前,北京有中医药文化旅游示范基地

21家、示范基地建设单位8家,还拥有发展中医药健康旅游成熟的政策环境。

现阶段,北京市旅游委以开发中医养生旅游产品为突破口,制定工作目标,在加强顶层设计、提高硬件水平、提升服务软环境方面部署工作。

北京中医管理局副局长罗增刚表示,北京以健康服务为契机,打造一批中医养生旅游品牌。从规划来看,未来,国家将重点发展中医药健康服务,而且旅游产业与中医药产业融合具有广大市场。今后,北京中医管理局将制定相关发展规划,充分利用北京市服务,扩大试点,努力打造一批中医养生文化品牌,提高服务和管理水平,提升中医药文化内涵建设。同时,还将加强人才培养、提升产品设计水平,推进北京中医养生文化旅游的发展。

世界中医药学会联合会培训部主任李鹤白表示,未来,中医药与旅游产业的融合将进一步推动两个产业在海外的影响力。对于北京来说,高端、定制化旅游产品将会成为北京旅游发展的新亮点。

会展关注



日前,内蒙古自治区第26届那达慕大会在闻名世界的中国神州系列飞船安全着落地——乌兰察布四子王旗格根塔拉草原旅游中心举办。据了解,该活动是由当地牧民全面参与的一项体育竞技类大型活动。同时,也是政府引导借力发展当地旅游产业的重要实施路径之一。来自官方的消息称,本次活动参与及旅游接待人数突破了50万人次。

本报记者 季春红 摄



从“商业之美”到“会奖之美”

心里的那个羡慕劲儿就甭提了。其实,城里人也分三六九等,吃饭、穿衣、消费购物什么的,钱少的看钱多的,品位低的看品位高的,品位高的看时尚界与娱乐界的流行走势……

大众消费市场是这样,商业运营管理、产品开发与设计也是这样。吴兢在其《商业美学》一书中说,当今先进的商业、卓越的企业、著名的品牌,其重要的特质之一就是“美”。按照“美”的原则与规律,创造美、表现美这是现代商业活动必备的发展理念。改革开放三十多年来,经济社会进步很快,我们的商业审美、工业设计与过去相比有了根本性的变化,但与西方发达国家相比,距离还是很远的。看美国TED演讲,他们的舞台设计变化多端,总能给你耳目一新的感觉;看美国知名企业的形象设计、产品设计、包装设计、交互设计,在理念、创意、色彩、结构等方面很难找到什么毛病。

实际上,我国会议、活动产业的审美与设计理念提升的速度也很快,清一色蓝底白字的背景板开始改变,VI系统在会议设计中已被广泛应用,充满时尚气息的交互设计会不时地在会议邀请函、会议技术的界面中出现。这在很大程度上要感谢外资企业,是它们多年来的坚持让发达国家先进的商业设计理念,通过公关公司、活动公司、会议公司、奖励旅游公司等,一步步传递给了中国的会议与奖励旅游业。BAT及其他互联网精英企业,正在成为中国新一轮“商业之美”运动的引领者。

中国商业审美理念与设计水平提升的驱动力,主要来自消费市场审美情趣的巨大变化。随着温饱型消费时代的逐渐结束,舒适型消费、创造型消费日趋成为消费市场的主流,人人都是审美家、人人都是色彩与搭配行家的时代正在来临。

在创造型消费时代,人们购买的不只是产品与服务,更是内心的愉悦感受。可以想象,没有超越消费者期待的商业审美理念作支撑,没有一流的设计、制作与外观表现能力,想在未来的竞争中取胜将会越来越难。这对于从温饱型消费时代——没有商业审美要求的时代过来的企业来说,挑战是可想而知的。笔者有几点想法与大家分享:

第一,关于内容与形式的关系问题。“内容为王”的观点一直没有受到太多挑战,主要是因为挑战者很容易被认为是想说明“内容没有那么重要”。这一观点容易把人带入歧途,那就是忽略形式的重要性。实际上,内容与形式就像硬币的两面,只有图案差异,没有轻重之分。还有一点很重要,那就是从商业运作角度来说,内容包括会议、活动、旅游的内容等,可资挖掘与变革的东西是有一定限度的,但外在的表现形式可以变化万千。在内容相对稳定的情况下,不断更新时尚的表现形式可以让你的产品与服务价格翻倍。从传播学意义上说,没有恰到好处处的表现形式,顶级的内容可能连家门都出不了。我们甚至还可以这么理解:过分叫

嚷内容重要性的人,要么不知道形式的实用价值与商业意义,要么没有能力驾驭创造型消费时代“商业之美”的这架致胜战车。

第二,创造型消费时代,审美疲劳节奏加快。“赵本山式”的逗乐方式很幸运地出现在消费的温饱时代,所以才有可能娱乐一代人,要是换到现在,即便是能够连续火上五年,都算他老赵的本事盖天了。除了已经时尚化的企业VI系统不能轻易变化之外,我们不要过高地估计其他所有设计的生命周期。网上热传的东西,大的有会议旅游目的地、度假村、特色酒店,中的有会议、活动、展览的现场设计,小的包括物品、食品、礼品等,无一例外都是最新的充满时尚而灵动气息的“商业之美”的作品。

第三,审美与对美的创造是一个不断进化的过程。美国人并不是一开始都是审美专家,看看他们的商业发展史,我们可以明显地看出,他们商业美学理念的升华也是一个渐进的发展过程。起点低不要紧,重要的是马上行动。

(作者系中国会展经济研究会副会长、《会议》杂志总编辑)

会展大咖秀

本栏目文章涉及版权,转载请注明出处。



国家会议中心 沟通世界的桥梁
China National Convention Center
Communicating with the World

www.cnccchina.com



商旅资讯

2015 成都国际旅游展 增设 MICE 展区

本报讯 2015 成都国际旅游展将于 12 月 3 日至 5 日在成都世纪城新国际会展中心举行。据主办方介绍,本次旅游展为期 3 天,展会面积将达到 1 万平方米,会有来自 30 个国家和地区的 300 多家参展商盛大亮相。成都国际旅游展由新加坡会议与展览管理服务有限公司主办,四川省旅游局、成都市旅游局、成都市博览局、四川省旅游协会支持,是成都地区重要的国际及国内旅游贸易平台之一。

在展区设置方面,今年除了保留原有的国际展区和国内展区之外,还特别增加了 MICE 展区,主要服务于商务洽谈采购。在买家方面,组委会特别邀请 MICE 大客户参与,为旅游展增加新内容。同时,2015 成都国际旅游展安排了买家与卖家见面会、目的地推介会、主题论坛和研讨会,从各个方面为所有参会和参展代表带来全立体化的参会体验。

据悉,截至 6 月,成都已经开通国际航线 83 条,直飞航线达到 28 条。此外,随着西部城市经济快速发展,成都已成为西部出境旅游人数最多的城市之一,具有较强的国际旅游消费能力 (李世君)

会展传真

第十八届中国农交会 成农业部重点支持展会

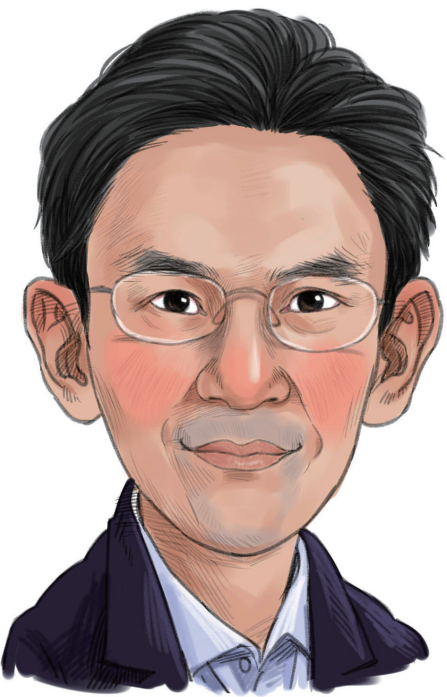
本报讯 9 月 6 日至 8 日,以“开放合作、绿色科技、创新发展”为主题的第十八届中国农产品加工业投资贸易洽谈会(以下简称中国农交会)将在河南省驻马店市举办。

“本届中国农交会展会面积预计达 3 万平方米,将分别举行大会开幕式、重点投资项目签约仪式、农产品采购贸易与产销对接、农产品工业科研成果展示推介、‘互联网+’农产品加工业高峰论坛等重要活动。”驻马店市市长陈星介绍说,目前,本次农交会已有北京、黑龙江、江西、陕西、江苏、山东等 20 多个省份及部分企业确定参会参展,并落实参会企业近 3000 家。北京、武汉、上海、广州等地的 20 多家河南商会将组织企业参会。来自美国、法国、德国、英国、韩国、马来西亚以及中国台湾等 20 多个国家和地区的 80 多家知名农产品加工企业也将参会参展。

与往届相比,农业部今年进一步加大了支持力度,将第十八届中国农交会列入农业部重点支持的展会之一。农业部农产品加工局局长宗锦耀表示,加强区域经济合作,是全面贯彻党中央、国务院关于西部大开发、中部崛起以及振兴东北地区等一系列区域经济发展战略的重要举措。自 1998 年以来,农业部与农业大省河南省联合举办了 17 次农产品加工业投资贸易洽谈活动,共签订重点投资建设项目 3700 多项,合同金额达 1100 多亿元。其中,近两年展会达成产销对接贸易合同金额 190 多亿元。

从 1998 年至今,驻马店连续多年成功承办中国农交会,农交会现已成为驻马店对外开放的一张靓丽名片。

(江南)



■ 王青道

不用担心,笔者没有想搞美学研究的意思,只是关心会议与奖励旅游怎样才能变得更美、更加招人待见。

这要在几年前,跟大家聊什么会奖审美,一定会有很多人认为这人有毛病。但现在的情况不太一样了,中国消费水平不断提高,消费者的审美意识与审美能力也一个劲儿地往上升。

纵观当下,什么事儿都能跟消费水平的变化扯上关系,审美当然也不例外。农村的孩子看见城里的伙伴们,穿着打扮十分得体,